

## ABSTRAK

Perancangan Media Promosi Tradisi Makan Bedulang Belitung

Cika Wulandari 156010012

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra

Universitas Pasundan – Bandung

Belitung memiliki beberapa wisata budaya di antaranya adalah Makan bedulang, yaitu sebuah tradisi masyarakat melayu Belitung dalam menyantap makanan. Pada kegiatan tersebut memiliki nilai-nilai sosial. Tradisi tersebut sudah jarang digunakan oleh masyarakat pada zaman sekarang, tetapi kemudian tradisi tersebut diangkat kembali menjadi wisata kuliner, walaupun sudah diangkat menjadi wisata kuliner pengenalan dan promosi yang dilakukan beberapa pihak masih kurang. Promosi bertujuan menjadikan makan bedulang sebagai objek mengenalkan kebudayaan dan kuliner khas Belitung. Proses pengumpulan data melalui metode campuran dengan instrument penelitian kuesioner, wawancara, observasi dan literatur yang menghasilkan makan bedulang sebagai sebuah kebudayaan yang bisa di promosikan dibandingkan dengan kebudayaan lain yang ada di Belitung. Tahapan yang dilakukan pada perancangan ini adalah tahapan informatif untuk menyebar luaskan informasi mengenai makan bedulang kepada target audiens, yaitu orang yang memiliki tingkat kesibukan yang tinggi dan tidak memiliki banyak waktu bersama keluarga, dengan penggunaan media promosi *online ads* dan *offline ads*. Maka hasil dari Promosi tersebut adalah makan bedulang sebagai identitas atau ikon wisata Belitung dalam menunjang ekonomi kreatif.

**Kata kunci:** budaya, makan bedulang, kuliner, promosi

## ABSTRACT

### Designing Media Promotion Of Makan Bedulang Belitung Tradition

Cika Wulandari 156010012

Visual Communication Design Study Program, Faculty of Arts and Literature,

Pasundan University – Bandung

Belitung has several cultural tours including *makan bedulang*, namely the tradition of the Malays in Belitung in eating food. In this activity has social values. This tradition is rarely used by people now, but later the tradition was appointed as a culinary tour, although it has been appointed as a culinary tour, the introduction and promotion of some parties is still lacking. The purpose of this promotion is to make *makan bedulang* an object to introduce Belitung culture and culinary. The process of collecting data through mixed methods with questionnaire research instruments, interviews, observations and literature that produce *makan bedulang* as a culture that can be promoted compared to other cultures in Belitung. The stages carried out in this design are informative stages to spread information about *makan bedulang* to the target audience, namely people who have a high level of busyness and do not have much time with family, with the use of promotional media online ads and offline ads. As the result of promotion, *makan bedulang* is the identity or icon of Belitung tourism in creative economy.

**Keywords:** culture, *makan bedulang*, culinary, promotion

## DAFTAR ISI

### KATA PENGANTAR

ABSTRAK .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.3. Rumusan Masalah .....	3
1.4. Batasan Masalah .....	3
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5.1. Maksud Penelitian .....	3
1.5.2. Tujuan Penelitian .....	3
1.6. Manfaat Penelitian .....	3
1.7. <i>Mind Mapping</i> Struktur Berfikir Penelitian .....	4
1.8. Metode Penelitian .....	5
1.9. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	6
2.1. Teori Utama .....	6
2.1.1. Teori Promosi .....	6
2.1.2. Pengelompokan Promosi .....	6
a. Periklanan / <i>Advertising</i> .....	6
b. Promosi Penjualan.....	8
c. Publikasi .....	8
d. Penjualan Personal .....	8
2.1.3. Tujuan Promosi.....	9
a. Modifikasi Tingkah Laku.....	9
b. Memberitahu .....	9
c. Membujuk .....	9
d. Mengingat.....	10

2.1.4. Strategi Promosi Dalam Pemasaran Iklan .....	10
2.1.5. Strategi Media untuk Efektifitas Periklanan .....	11
2.2. Teori Pendukung .....	13
2.2.1. Desain Komunikasi Visual .....	13
2.2.2. Logo .....	15
2.2.3. Fotografi .....	15
2.2.4. Videografi .....	16
2.2.5. Layout .....	16
<b>BAB III DATA dan ANALISA .....</b>	<b>18</b>
3.1 Data .....	18
3.1.1. Makan bedulang .....	18
3.1.2. Data Statistik .....	21
3.1.3. Wawancara .....	21
3.1.4. Kuesioner .....	23
3.1.5. Observasi .....	23
3.2 Analisa Makan Bedulang .....	26
3.2.1. SWOT .....	26
3.3 Data Target .....	27
3.3.1. Target Audiens .....	27
3.3.2. Profil .....	27
3.4 Analisa Target Audiens .....	29
3.4.1. <i>Consumer Journey</i> .....	29
3.4.2. Studi Indikator .....	30
3.4.3. <i>Insight</i> .....	33
3.4.4. <i>Mood Board</i> .....	33
3.5 Referensi .....	34
3.6 <i>What To Say</i> .....	35
<b>BAB IV KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>37</b>
4.1. Strategi Komunikasi .....	37
4.2. Strategi Pesan .....	37
4.3. Strategi kreatif .....	38
4.3.1. <i>Creatif Brief</i> .....	38

4.3.2. Proses Desain .....	40
4.3.3. Logo Program.....	47
4.3.4. Fotografi .....	47
4.3.5. Elemen Grafis.....	50
4.3.6. Warna .....	52
4.3.7. <i>Tipografi</i> .....	52
4.3.8. Fotografi dan Desain Grafis .....	53
4.4. Strategi media .....	54
4.4.1. Media Utama .....	54
4.4.2. Media pendukung .....	57
4.4.3. Jadwal Media dan <i>Budgeting</i> .....	61
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	63
5.1. Kesimpulan .....	63
5.2. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	64
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Wawancara Terkait Nara Sumber .....	21
Tabel 3.2 Kuesioner .....	23
Tabel 3.3 Analisa SWOT .....	26
Tabel 3.4 Profil Target Audiens2.....	27
Tabel 3.5 Profil Target Audiens 2.....	28
Tabel 4.1 Target Audiens.....	39
Tabel 4.2 Alternatif 1 .....	41
Tabel 4.3 Alternatif 2 .....	43
Tabel 4.4 Alternatif 3 .....	45
Tabel 4.5 Logo Program .....	47
Tabel 4.6 Ilustrasi Makan Bedulang .....	50
Tabel 4.7 <i>font tipografi</i> .....	52
Tabel 4.8 Jadwal Media .....	60
Tabel 4.9 <i>Budgeting</i> .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Strukur Berfikir Penelitian .....	4
Gambar 2.1 Unsur-Unsur Desain .....	13
Gambar 2.1 Prinsip-Prinsip Desain .....	14
Gambar 3.1 Data Statistik Kunjungan Wisatawan .....	21
Gambar 3.2 Lauk Pauk Makan Bedulang .....	24
Gambar 3.3 Lauk Pauk Yang Belum Lengkap .....	25
Gambar 3.4 Makan Bedulang Yang Sudah Siap .....	25
Gambar 3.5 Proses Penyajian Makan Bedulang .....	25
Gamabr 3.6 Kegiatan Makan Bedulang .....	25
Gamabr 3.7 <i>Consumer Journey Map</i> 1 .....	29
Gambar 3.8 <i>Consumer Journey Map</i> 2 .....	30
Gambar 3.9 <i>Studi Indikator Target</i> .....	31
Gambar 3.9 <i>Studi Indikator Target</i> .....	32
Gambar 3.11 <i>Mood Board</i> .....	33
Gambar 3.12 Referensi Visual .....	34
Gambar 3.13 Referensi Desain .....	34
Gambar 3.14 Referensi Media .....	35
Gambar 4.1. Alternatif 1 .....	40
Gambar 4.2 Referensi Foto .....	48
Gambar 4.3 Hasil Foto .....	49
Gambar 4.4 Template Elemen Grafis .....	51
Gambar 4.5 Tone Warna .....	52
Gambar 4.6 Contoh Fotografi Dan Desain Grafis .....	53
Gambar 4.7 Instastory Instagram .....	54
Gambar 4.8 Instagram Feed .....	55
Gambar 4.9 Facebook .....	55
Gambar 4.10 Twitter .....	56
Gambar 4.11 Youtube .....	56
Gambar 4.12 <i>Street Poster</i> .....	57
Gambar 4.13 Videotron .....	58
Gambar 4.14 Media Baru Mobil .....	59

Gambar 4.15 <i>Xbanner</i> .....	59
Gambar 4.16 <i>Merchandise</i> .....	60
Gambar 4.17 <i>Display Booth</i> .....	60
Gambar 4.18 flyer & brosur .....	61



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN A SURAT IZIN**

**LAMPIRAN B KUESIONER**

**LAMPIRAN C WAWANCARA**

**LAMPIRAN D OBSERVASI**

**LAMPIRAN G LITERATURE**

**LAMPIRAN F DAN LAIN-LAIN**